

**Н. О. Гудзь**

*Житомирський державний університет імені Івана Франка*

**АКСІОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЛЕКСЕМИ "GREEN" В  
ЕКОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ВЕБСАЙТІВ  
МІЖНАРОДНИХ НЕУРЯДОВИХ ПРИРОДООХОРОННИХ ОРГАНІЗАЦІЙ)**

Перехід до дискурсивної парадигми є закономірним розвитком мовознавчої думки. В даний час інтерес лінгвістів відходить від досліджень, метою яких було уточнення поняття дискурсу і встановлення його відмінностей від тексту, і зміщується в сферу дослідження його типологічних особливостей [2]. Чільне місце в цьому аспекті займають лінгвістичні розвідки, присвячені екологічному дискурсу (І. О. Розмаріца, Н. О. Красильникова, О. В. Іванова).

Актуальність лінгвістичних досліджень в сфері екології зумовлена тим, що існування на зламі тисячоліть поставило перед людством безліч питань, які змушують по-новому подивитися на світ, змінити звичну систему цінностей. Одним із таких питань є системна екологічна криза, спричинена бездумним використанням природних багатств. Думки з приводу майбутнього людства поляризуються. З одного боку, утверджується технократичний підхід, згідно з яким розв'язання екологічної кризи вбачається в підвищенні рівня життя суспільства, економічному зростанні й інтенсивному використанні природних ресурсів. Другий – екологічний, утверджує необхідність формування екологічної свідомості й вироблення нової стратегії моральної поведінки, яка б надавала нову шкалу цінностей у системі "суспільство – природа"[1, 3]. Саме в такому ракурсі працюють міжнародні неурядові природоохоронні організації, адже природоохоронний рух зосереджений навколо ідеї самоцінності природи як такої [3, 17].

**Метою** пропонованої статті є вивчення аксіологічного потенціалу лексеми "green" в екологічному дискурсі та його впливу на процес екологізації суспільної свідомості.

Слідом за О. О. Селівановою аксіологічність визначаємо як підкатегорію інформативності, що виражається в актуалізації у свідомості всіх антропоцентрів дискурсу і тексту оціночної шкали "добре - байдуже - погано", "краще - рівноцінно - гірше" [4, 316].

В екологічному дискурсі статусу цінностей набувають поняття, що поєднують беніфіціарну та етичну оцінки – тобто є одночасно "сприятливими", як для природи, так і для тих, хто користується її благами [3, 111]. Характерним є використання з цією метою **зеленого кольору**, що символізує собою життя, воскресіння природи, надію, причому значення слова "зелений", що позначає колір, розширюється до "екологічно свідомий", про що яскраво свідчить його словникова дефініція: "concerned with the protection of the environment; supporting the protection of the environment as a political principle" [10, 680].

Окрім уособлення життя, лексема "green" використовується для вираження позитивної чи негативної оцінки діяльності, пов'язаної з охороною та збереженням довкілля. Так, в проаналізованих статтях, розміщених на сайтах природоохоронних організацій можна зустріти фрази, ключовим компонентом яких є "green": *green electricity market, green tariff, green electricity generation, green lending, green and sustainable economy, Green Constitution, Green Eight, green technology leaders, green goods, green solutions, green investing, green growth, green credentials, green industry, green infrastructure* [5; 6; 7; 8; 9; 11; 12; 13; 14; 15; 16] тощо, які виражають позитивне ставлення, наприклад: *The EUGENE quality standard guarantees consumers that when they buy green electricity they can make a real contribution to supporting renewable energy production and tackling climate change* [15].

*Green Infrastructure uses nature to provide ecological, economic and social benefits. The aim of the new strategy is to develop synergies within these areas and opportunities for cost-efficient alternatives to 'Grey Infrastructure'.* [5]. В останньому прикладі для підсилення позитивної оцінки та впливу на свідомість адресата використовується антонімічне протиставлення *Green Infrastructure* – *Grey Infrastructure*.

З цитованих фрагментів зрозуміло, що природоохоронні організації закликають до змін в усіх сферах людської діяльності: економіці, будівництві, політиці тощо, апелюючи до загальнолюдських цінностей. Цікавим в цьому аспекті є проведення паралелі між країнами Великої Вісімки та всесвітньо відомими природоохоронними організаціями, які іменуються "Green Eight" і беруть активну участь в боротьбі за збереження довкілля, наприклад: *the 'Green Eight', have jointly issued their proposals to improve the draft EU Constitution, and called on the European Commission and Parliament to take on board the changes and include them in the next round of discussions* [14]. Позитивно оцінюючи роботу природоохоронних організацій, з рядків сайту лунає заклик і до політичних діячів не залишатися осторонь, а робити конкретні кроки задля захисту довкілля.

Однак, лексема "green" у сполученні з іншими лексемами може використовуватись для розвіювання штучно створеної репутації великих корпорацій як захисників довкілля, наприклад: *... the ongoing Geneva Car Show is awash with companies talking green, talking 'climate control'. When Greenpeace looked under the bonnet of the industry PR green machine it found the same old engine of climate destruction* [9].

Значна частина аксіологем, зафіксованих у досліджуваних текстах, формується завдяки використанню словотворчих засобів. Оцінні утворення можуть бути як узуальні, так і okazіональні. Високою частотністю відзначаються узуальні утворення з компонентом "green", в яких негативна

оцінка формується за допомогою словоскладання. Особливо це стосується лексеми *greenwash*, яка містить негативну конотацію вже в словниковій дефініції: activities by a company or an organization that are intended to make people think that it is concerned about the environment, even if its real business actually harms the environment [10, 681]. Саме тому ця лексема використовується на сайтах природоохоронних організацій з метою привернення уваги громадськості до тих чи інших компаній чи організацій, які намагаються прикрасити свою діяльність та представити її як таку, що не шкодить навколишньому середовищу і показати реальний стан речей, наприклад: *Greenwash can't hide the car industry's true colours* [9];... *greenwashing and misuse of forest certification could destroy one of the most effective tools for forest conservation in the world* [12]; ... *stop greenwashing measures that will be of benefit to no one* [6].

Назви самих природоохоронних організацій виконують роль аксіологем та символів, що несуть у собі позитивну оцінку: *Greenpeace* – a large international pressure group that aims to protect the environment. Its members are well known for taking direct action and putting their own lives in danger in order to stop people from harming the environment [10, 681].

Що стосується okazіональних оцінних утворень, то в проаналізованих нами текстах аксіологема "greenspeak" служить засобом вираження негативної оцінки та викриття псевдозахисників довкілля, які дбають про нього лише на словах. Наступний фрагмент – яскраве цьому підтвердження: ... *the worst polluters have switched from denial to greenspeak. This means safeguarding corporate brand equity, not the earth or future generations* [7].

Отже, лексема "green" має надзвичайно потужний аксіологічний потенціал, який успішно використовується природоохоронними організаціями для формування екологічної свідомості суспільства та перегляду існуючої системи цінностей, в якій сама природа стане цінністю. В іншому випадку

людство рухається в нікуди або, говорячи вустами Greenpeace, *we're just greening a Titanic*.

Перспективи подальших розвідок вбачаємо у вивченні інших аксіологічно маркованих одиниць екологічного дискурсу та описі стратегій та тактик, якими послуговуються природоохоронні організації.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Бондаренко Т. О. Екологічна етика журналу "The Ecologist" у контексті глобалізаційних процесів у соціальних комунікаціях: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з соціальних комунікацій: спец. 27.00.01 "Теорія та історія соціальних комунікацій" / Т.О. Бондаренко. – Харків. – 2008. – 21 с.
2. Иванова Е. В. Об особенностях реализации концептуальной метафоры в медийном экологическом дискурсе / Е. В. Иванова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecolinguistics.ru/doc/mat43.doc>
3. Розмаріца І. О. Лінгвокогнітивні особливості комунікації у сфері екології (на матеріалі сучасної англійської мови): дис...на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови" / Ірина Олександрівна Розмаріца. – Київ – . 2003. – . 207 с.
4. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: монографическое учебное пособие / Е. А. Селиванова. – Киев: Брама, 2004. – 336 с.
5. birdlife.org [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.birdlife.org/community/2013/05/green-infrastructure-enhancing-europes-natural-capital/>
6. birdlife.org [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.birdlife.org/community/2013/04/new-study-shows-cap-reform-risks-greewashing/>

7. Greenpeace.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.greenpeace.org/international/en/about/deep-green/deep-green-march-2008/#a0>
8. Greenpeace.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/green-electronics-guide-ewaste250806/>
9. Greenpeace.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/geneva-carshow-greenwash-140308/>
10. Oxford Advanced Learner's Dictionary / Edited by J. Turnbull – Oxford: OUP, 2010. – 1796 p.
11. wwf.panda.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[http://wwf.panda.org/wwf\\_news/?2695/Green-electricity-that-really-is-green](http://wwf.panda.org/wwf_news/?2695/Green-electricity-that-really-is-green)
12. wwf.panda.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[http://wwf.panda.org/about\\_our\\_earth/search\\_wwf\\_news/?11548/Best-practice-or-greenwash-forest-industry-has-a-choice](http://wwf.panda.org/about_our_earth/search_wwf_news/?11548/Best-practice-or-greenwash-forest-industry-has-a-choice)
13. wwf.panda.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[http://wwf.panda.org/wwf\\_news/?203670/WWF-welcomes-Chinas-green-credit-guidelines](http://wwf.panda.org/wwf_news/?203670/WWF-welcomes-Chinas-green-credit-guidelines)
14. wwf.panda.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[http://wwf.panda.org/wwf\\_news/?8487/Green-8-issues-proposals-for-greening-the-EU-Constitution](http://wwf.panda.org/wwf_news/?8487/Green-8-issues-proposals-for-greening-the-EU-Constitution)
15. wwf.panda.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[http://wwf.panda.org/wwf\\_news/?7323/Governments-and-businesses-must-switch-to-eco-labelled-power](http://wwf.panda.org/wwf_news/?7323/Governments-and-businesses-must-switch-to-eco-labelled-power)
16. wwf.panda.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[http://wwf.panda.org/wwf\\_news/?152183/Green-high-tech-champions-slow-to-take-up-China-opportunities](http://wwf.panda.org/wwf_news/?152183/Green-high-tech-champions-slow-to-take-up-China-opportunities)